

JEGYZETEK

1. Lásd például Németh Erzsébet, *Közzereplés – A modern retorika eszköztára*, Budapest, Osiris Kiadó, 1999. Ez a könyv sok nagyon érdekes fényképet tartalmaz. – Az actio-val kapcsolatos óriási irodalomból még megemlíteném: Julius Fast, *Body Language – The essential secrets of non-verbal communication* (MJF Books, New York, 1970); Mark. L. Knapp, *Essentials of nonverbal communication* (Holt, Rinehart and Winston, New York, 1980); Volker Kapp (Hrsg.) *Die Sprache der Zeichen und Bilder – Rhetorik und nonverbale Kommunikation in der frühen Neuzeit* (Hitzeroth, Marburg, 1990).
2. William Tomkins, a szerző kiadása, San Diego, 1926; 23., 27. és 53. o.
3. Lásd O. Nagy Gábor, *Mi fán terem? Magyar szólásmondások eredete*, Gondolat, Budapest, 1957.
4. A temetkezési ipart figurázza ki Evelyn Waugh *A megboldogult* (*The Loved One*) című regényében.
5. *Kommunikáció*, Typotex, Budapest, 2000, 78. o.
6. Deme László–Grétsy László–Wacha Imre, szerk., *Nyelvi illetan*, Ifjúsági Lap- és Könyvkiadó, Budapest, 1987.
7. Lehoczky Gergelyről lásd: Béládi Miklós–Pomogáts Béla–Rónay László: *A nyugati magyar irodalom 1945 után*, Budapest, Gondolat, 1986, 216. o.
8. *La raison des gestes dans l'Occident médiéval*, Gallimard, Párizs, 1990.
9. *Homo narrans*, Komp-Press, Kolozsvár, 2002.
10. *Élettörténet és sorseselemény*, Atlantisz, Budapest, 1998, 18. o. Itt kell megemlíteni László Jánost is, szerinte a tudás megszerzése narratív természetű (*Társas tudás, elbeszélés, identitás*, Scientia Humana/Kairosz, Budapest, 1999).
11. *A magyar anekdotakincs*, Singer és Wolfner, Budapest, é.n., második kötet, 131. o.
12. Különös, hogy a fentebb említett *Nyelvi illetan* ennek a kérdésnek nem szentel figyelmet.
13. *Gesta Romanorum mely jeles példabeszédekből áll és melyet Fogaras várában, rabságában, magyar nyelvre fordított 1682. esztendőben, és maga költséggel kinyomtatott HALLER JÁNOS Kolozsvárott, M. Tótfalusi Kis Miklós által, 1695. Esztendőben* (Magyar Helikon, Budapest, 1977, 151–152. o.). A *Gesta* Haller János nagysikerű *Hármas históriájának* a középső része. Molnár Szabolcs szerint, aki kiadásában egyébként az üzeneteket elhagyta, a *Gesta* domonkos- és ferencendi szerzetesek prédikációs példatára volt (*Hármas História*, Téka, Kriterion, Bukarest, 1978, 19. o.)
14. Lásd Eva Heller, *Wie Farben wirken*, Rowohlt, Hamburg, 1989.
15. Az idetartozó magyar nyelvű (ill. magyarra fordított) irodalomból megemlíteném még a Horányi Özséb által szerkesztett kétkötetes szöveggyűjteményt (*Kommunikáció 1: A kommunikatív jelenség*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1977; *Kommunikáció 2: A kommunikáció világa*, u.o., 1978) és Kövecses Zoltán könyvét (*A metafora – Gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe*, Typotex, Budapest, 2005).

BUJDOSÓ ÁGNES

Televíziós sorozatok, médium-identitás, műfajtudat

„Jó reggelt!” – Bobby Ewing, in *Dallas*, 1986

A hazai, televíziós sorozatokkal foglalkozó blogok közül mind népszerűségében, mind professzionalitásában kiemelkedő www.sorozatjunkie.hu egyik hozzászólója a mottóban idézett *Dallas* kapcsán írja: „Régen mindenki ezt nézte. Aki nem, az hazudik vagy nem volt tévéje.” (PazsitZ, 2008).

PazsitZ kissé talán túldimenzionált megállapítását jelen időben, napjaink televíziós szokásaira vonatkozóan is használhatnánk, hiszen a sorozatokkal kapcsolatos

ambivalens attitűdök és a gyakran antagonisztikus ellentéteket szülő véleménykülönbségek lényegét ragadja meg. Sorozatokat ugyanis mindenki néz, aki bekapcsolja a televíziót, mivel a médium adottságaiból kifolyólag annak alapvető tulajdonságai közé tartozik a periodikusság és a fokozottan szerializált műsorszerkesztési forma. Az egyszeri fikciós és nem fikciós alkotásokon (televízióban bemutatott mozifilmeken, tévéfilmeken vagy például választási műsorokon) kívül gyakorlatilag csakis sorozatstruktúrára épülő műsorokat nézünk. Az előbbi megállapítás nem csupán a fikciós és/vagy szórakoztató tartalmakra igaz. Számos lehetséges példa közül gondoljunk a hírműsorokra, amelyeket mindennap azonos időpontban, azonos hírolvasókkal („főszereplőkkel”?), azonos díszletek között követhetünk nyomon, mindezt pedig oly módon, hogy a narratív keretek gyakorlatilag állandóak, csupán a tartalmi elemek változnak napról napra. Az országos kereskedelmi csatornák gazdasági jellegű motivációi és az ehhez szorosan kapcsolódó, szórakoztatás-központú tartalmak ellenpontjaként a tematikus ismeretterjesztő csatornákat szokás említeni. Ugyanakkor ezek műsorstruktúrájából és programszerkesztési gyakorlatából egyértelműen kiderül, hogy az „elitista” igényeket is kielégítő *National Geographic* vagy a *Discovery Channel* túlnyomó többségben a szó legszorosabb értelmében vett sorozatokat sugároz – a tematikai és narratív egységet megtartva, visszatérő főszereplőkkel, számozott részekkel és évadokkal.²

Azonban a televíziós *fikciós* sorozatok tematikai, finanszírozási vagy éppen egyszerűnek vélt narratív technikáik miatt még mindig kevesebb presztízzsel rendelkeznek, mint a nagyobb költségvetésű mozifilmek. Az effajta éles differenciálás meghatározó eleme a televízióról és a televíziós tartalmakról folytatott diskurzusnak a laikus, a professzionális vagy a tudományos közegekben egyaránt.

Az ambivalens attitűdök gyakran abból a meglátásból fakadnak, mely szerint a sorozatforma alkalmazása bizonyos gazdasági érdekekkel kapcsolódik össze – ezt a tényt nem is szükséges tagadni. Roger Hagerdon, amerikai médiakutató szerint a sorozatok alapvetően három szerepet töltenek be: egyrészt az egyes részek felfoghatóak a következő részek reklámjaként, egyfajta önpromócióként. Másrészt felhívják a figyelmet a sorozatforma jellegzetességeire és ezzel népszerűsítik a műfajt. Legfőképpen pedig „felfuttatják a hordozó médium népszerűségét” (Krigler, 2004, 46. o.). Hagerdon szerint továbbá a „sorozat akkor válik egy adott médium domináns narratív formájává, amikor az egyéb médiumokkal folytatott verseny szorosabbá válik”³ (Ndalians, 2005, 84. o.). Ez a logika a sorozatforma több évszázados történetén keresztül végigkövethető, a 19. századi francia lapok által alkalmazott *feuilleton*-technikától egészen a televíziós fikciós sorozatok 21. századi fénykoráig.

Másrészt a televíziós sorozatok és a mozis nagyjátékfilmek közötti kistestvér-nagytestvér viszony a két médium között évtizedeken keresztül fennálló presztízs-különbségből is fakad. Elmondható viszont, hogy az elmúlt néhány évtizedben, napjainkban pedig különösképpen a televíziós fikciók (elsősorban a sorozatok) nagy része „mind történetmesélési eszköztárában, mind látványvilágában felveszi a versenyt a nagyjátékfilmes produkciókkal” (Krigler, 2008, 10. o.). Hogyan történt/történik ez a változás?

A televízió, mint minden médium,⁴ történetileg megkonstruált identitással rendelkezik – Gaudreault és Marion ezt a folyamatot vizsgálva beszélnek a médiumok

„három fázisban dinamizálódó kettős születésének” (Maksa, 2008, 84. o.) modelljéről. A kettős születés első fázisa (és egyúttal a médium első születése) a „kriptomédium” megjelenésével azonosítható – feltűnik egy új kommunikációs technológia, melynek használata kezdetben már létező médiumok által betöltött funkciók helyettesítésére szolgál (a televíziós hírek kezdetben például megfeleltek a rádiós híreknek, képekkel kiegészítve). A második fázishoz a „protomédium” feltűnése kapcsolódik – ebben az esetben az adott technológiához már kötődik egy sajátos mediatisztikus elrendezés. A médium leválik a már korábban létező más médiumokról, jellegzetes formanyelvet alakít ki, és a spontán intermedialitás felől az önreflexió (Maksa, 2008, 86. o.) és az autoreferencialitás (Jenei, 2008, 58. o.) irányába kezd elmozdulni. Míg korábban más mediális rendszerek „szintaxisát” használták a tartalmak előállításánál, addig a „protomédium” fázisában a produkciós eljárásokra is jellemző a kifejezetten médiumspecifikus elemek jelenléte. A médium születésének harmadik fázisa, az ún. második születés a „médium eljövetele” jelöli – azaz mind a gyártók, mind a felhasználók elismerik az adott médium egyediségét, valamint kialakulnak és intézményesülnek a médiumra jellemző sajátos társadalmi gyakorlatok. Az így megszerzett, önreflexív médiumidentitás pedig megjelenik és visszatükröződik a tartalmak gyártásában és fogyasztásában egyaránt.

Francois Jost a médiumok identitásfejlődéséről alkotott elképzelése saját bevalása szerint is közel áll Marion és Gaudreault elméletéhez. Ahogyan Jost írja: „egy technikai találmány csak akkortól tekinthető *médiának*, amikor már olyan, az adott *médiumra* többé-kevésbé specifikusan jellemző használati módok és gyakorlatok kapcsolódnak hozzá, melyeket az intézményesült keretek összefoghatnak és kulturális termékekké transzformálhatnak”⁵ (Jost, 2005, 19. o.). Jost terminológiája eltér a magyar szaknyelvben megszokottól, hiszen a *médium* és *média* kifejezéseket egyértelműen ugyanarra a kommunikációs technológia megnevezésére alkalmazza.⁶ Mindez azért lehet különösen érdekes, mert a kettő közötti különbségtétel éppen a médiumidentitás alakulásának szintjén valósul meg: más fejlettségi/fejlődési szintet, a médiumidentitás kialakulásának különböző állomásait jelöli velük, mindez pedig a kettős születélmélet egyes szakaszaihoz is illeszkedik. A josti *médium*-állapot a kriptomediális szakasz kezdeti, még labilis, más médiumokra utalt identitását jelölheti, az *intermédia* kifejezés (Jost, 2005, 23. o.) a protomédium átmeneti jellegére fókuszál, míg a *média* az adott (kommunikációs) technológia azon állapotát jelzi, amikor az már reflektáltan saját identitással rendelkezik.

A televíziós médium evolúciójában is tetten érhetőek a fentiekben vázolt fázisok. Jenei Ágnes a digitális és interaktív televízióra és annak jövőjére fókuszáló kötetében Umberto Eco egy 1983-as cikkére hivatkozva használja az ő- és a neotelevízió kifejezéseket⁷ (Jenei, 2008, 16. o.). Az őstelevízió (máshol paleotelevízió) időszak a médium technikai és technológiai értelemben vett megjelenésétől egészen az 1970-es évek második feléig tehető. Ekkor több tényező (kulturális fordulat, technológiai és gazdasági változások) együttes eredményeként a televíziós kommunikáció mindhárom szintjén (produkció, tartalom, recepció) bekövetkező változások hatására a médium egy egészen új fejlődési fázisba lép: kialakul a neotelevízió. Eco felosztása is pontosan illeszthető a Marion és Gaudreault kettős születés elméletében megfogalmazott identitásfejlődési szakaszokhoz: az őstelevízió

intézményrendszere a kriptomediális időszaknak feleltethető meg, a protomediális fázis ehhez képest egyfajta átmeneti állapot, míg a „neotelevízió intézményének »eljövetele« tekinthető a médium önmagára találásának” (Maksa, 2008, 91. o.).

Mindezek kapcsán felmerül a kérdés, hogy a televízió médiumának egyfajta kettős születésben dinamizálódó identitása és annak folyamatos alakulása hatással van-e, és ha igen, hogyan az általa preferált műfajok fejlődésére és népszerűségének növekedésére. Jelen dolgozat tárgyára fókuszálva: releváns lehet-e egy olyan televíziós sorozat-történelem megírása, amely a műfajtudat kialakulását a médium kettős születésének ritmusában, valamint a paleo- és neotelevízió közötti átmenet viszonylatában képzei el? A következőkben erre keressük a választ.

A Dallas előtt

A 20. század elején, az írott sajtóban ekkora már bevett gyakorlatnak számító *feuilleton*-szerű történetmesélés sikerén felbuzdulva legelőször a filmszínházak kezdtek mozgóképes sorozatokat vetíteni. Amerikában az 1910-es években mutatták be az első ilyen filmsorozatot, *Mi történt Maryvel?* (*What Happened to Mary?*) címmel, melynek érdekessége, hogy a film alapjául szolgáló folytatásos történetet egy amerikai napilap női mellékletében publikálták először. Az 1930-as évekre a filmszínházak „sorozatos” sikerét a rádió és a rádiós sorozatok megjelenése törte meg. Ebben az időszakban a legnépszerűbb amerikai rádiós műsor az *Amos 'n' Andy* című komikus sorozat volt, amelyet adásonként mintegy 40 millióan hallgattak. (Krigler, 2008, 16. o.) A televízió megjelenésével természetesen felmerült az a lehetőség, hogy az addig rádiós szériákat az új médium előnyeit kihasználva a televízió-képernyőre „költöztessék át”. A két médium alapvető különbségei miatt ez a módszer a legtöbb esetben kudarcot vallott és sokan elpártoltak a televízió mediális közegébe átültetett programoktól. Ebből kifolyólag a televíziós hálózatok egyéni ötletek alapján saját sorozatok gyártásába és sugárzásába kezdtek.

Fontos azonban megjegyezni, hogy az ebben az időszakban készült amerikai sorozatok jelentős része irodalmi sikerkönyvek filmes adaptációja vagy a Broadway színpadáról átvett alkotás (Sahali, 2009, 14. o.). Ami az ötvenes-hatvanas évek európai televíziós sorozatait illeti, hasonló tendenciát figyelhetünk meg. Franciaországban például olyan irodalmi alkotásokon alapuló sorozatok kerülnek képernyőre, mint a *Le Chevalier de Maison-Rouge* (*A vörös ház lovagja*) és a *D'Artagnan* Dumas-tól, a *Belphegor ou le fantôme du Louvre* (*Belphegor avagy a Louvre fantomja*) Arthur Bernède kötetéből, vagy a *L'Île mystérieuse* (*A rejtelmes sziget*) Jules Verne írása alapján (Compère, 2009, 14. o.). Magyarországra, az akkori politikai helyzetből kifolyólag, csak kisebb késéssel jutnak el mind az amerikai, mind a francia vagy brit sorozatok. Egy 1975-ös *Rádióújságból* kiderül, hogy a Magyar Televízió ebben az időszakban Simenon, Stendhal, Turgenyev és Osztrovszkij (!) művei alapján készült néhány epizódos sorozatokat vetített (kirizsizoltan, 2010).

A fenti rövid áttekintésből is világossá válik, hogy a televízió a kezdetektől fogva, már a kriptomediális szakaszban is használja a sorozatformát a fikciós alkotásokban, hiszen az őstelevízióra jellemző egyirányú, lineáris műsorfolyamban a sorozatelv rendkívül jól kihasználható. Ahogyan ebben a kezdeti szakaszban maga a

hordozó médium is egyéb médiumok gyakorlatait veszi kölcsön, a televíziós fikciós sorozat is már körvonalazott, más médiumokban hagyományosan létező narratív elemekből formálódik. Jellemző az eredetileg is *feuilleton*-formátumban megjelent irodalmi alkotások (Dumas-regények), könyvsorozatok (Simenon Maigret-sorozata), rádiós szappanoperák (*The Guiding Light*, amerikai rádiós sorozat) televízióra adaptálása, valamint az egyes epizódokat egy állandó „házigazda” személyével sorozattá alakító antológiák (*Alfred Hitchcock bemutatja*) megjelenése (Baudou, 2009, 57. o.). S bár egyéb médiumokban a fikciós sorozat már rendelkezik egyfajta műfajtudattal, sajátos intézményesült háttérrel és társadalmi gyakorlatokkal, az új médium (ami ekkor még mindig „csak” az őstelevízió) mediális környezetében mégis újra kell értelmeznie önmagát – ez a bizonytalanság az oka annak a kényszerű intertextuális jellegnek, amely ebben a kezdeti időszakban fokozottan jellemző a műfajra.

Ugyanitt kell felhívni a figyelmet az amerikai és európai televíziózás közötti legfontosabb, a televíziós fikciós sorozatok szempontjából is meghatározó különbségre. Az amerikai televíziózás hagyományosan kereskedelmi alapokra épül: piac- és fogyasztóorientált, alapvető célja a szórakoztatás (Jenei, 2008, 28. o.). Ezzel szemben az 1980-as évek előtt az európai országok többségében a televízió fenntartása állami monopólium (ahogy maga a távközlés is), az első televíziós csatornák alapvetően közszolgálati funkciókat hivatottak betölteni (Bourdon, 2003, 64. o.). Az állam által biztosított finanszírozás miatt a piaci-gazdasági motivációk háttérbe szorulnak, s a szórakoztatás helyett (később mellett) a televízió legfontosabb feladata az érték- és kultúráközvetítés. Ahogy Jenei Ágnes megjegyzi: ebben a kezdeti időszakban a televízió „elitista, népművelő, népnevelő tévé kíván lenni” (Jenei, 2008, 30. o.), ezzel összefüggésben pedig lényegi elemévé válik a didaktikus hangvétel. Az effajta, erős nevelő szándék kiválóan érvényesíthető a szépirodalmi művek fentiekben említett televízióra (sorozatra) történő adaptálásával. Ahogy Szűcs Andor, a televízió Irodalmi- és Drámai Főosztályának vezetője 1975-ben a sorozatokkal kapcsolatban mondja: „velük kapcsolatos munkánk egyik célja – végtére is szépirodalmi feldolgozásokról van szó – a könyvek gyűjtésének és olvasásának serkentése” (kiricsizoltan, 2010).

A televíziós fikciós sorozatra mint műfajra a hordozó médium megjelenése után tehát fokozottan jellemző az intertextualitás (az irodalom és más médiumok sorozatformára épülő tartalmaiból merítve), mindez pedig összhangban van az őstelevíziót jellemző didaktikus, népnevelő funkcióval. Az sem véletlen, mint ahogyan azt a következőkben látni fogjuk, hogy az alapvetően szórakoztatásra berendezkedett amerikai televíziók sorozatai (különösen az egyik) lesznek az első, világszerte ismert televíziós szériák, s hogy ezek nagy mértékben hozzájárulnak a neotelevízió rendszerének kialakulásához.

A Dallas (1978-1991)

A tanulmány mottója, valamint az előző alfejezet címének alapján sejthető, hogy az általam felvázolni kívánt műfaj-fejlődés egyik „origója” a *Dallas* című tévésorozat. Az akkor még kevés szereplős televíziós piacnak is köszönhető világméretű is-

mertsége⁸ miatt a *Dallas* szinte fogalommá vált, már-már a „televíziós sorozat” kifejezés metonimikus megfelelőjének tekinthetjük.⁹ Természetesen ez nem azt jelenti, hogy a tárgyalt időszakban nem készült nála esztétikai, kreatív vagy a látványvilág szempontjából érdekesebb és jobban kidolgozott sorozat. Gondoljunk a különleges narratív és gyártási technikákat alkalmazó *Zsarublues*-ra (*Hillstreet Blues*) vagy az *Egy kórház magánélete* (*St. Elsewhere*) című kórházsorozatra, amely (ahogyan a *Zsarublues* is) az „ensemble szereposztás” és a többsíkú karakterképzés miatt emelkedett ki a kortárs alkotások közül (Krigler, 2008, 18. o.). Éppen az előzőekben felidézett két szériát tekintik az első minőségi televíziós sorozatoknak – és ezáltal a napjainkban futó *quality*-sorozatok előfutárának is.¹⁰

S bár a *Dallast* hagyományosan nem sorolják a minőségi televíziós sorozatok közé, talán nem túlzás azt állítani, hogy a médiumokra kidolgozott kettős születés elmélet mintájára, a televíziós fikciós sorozatok egyfajta prototípusának feleltethető meg a széria. Az univerzális ismertség mellett azért is, mert, ha nem is először, de mesteri következetességgel használta és működtette a tipikusan televíziós szerializált formára jellemző eszközrendszert (pl. évadok). Továbbá a *Dallas*-nak köszönhetően terjedt el a szakterminológia néhány első eleme, melyek a mai napig is mind a közbeszédben, mind a kritikai diskurzusban használatosak (pl.: *cliffhanger*).¹¹

A produkció szintjén megnyilvánuló tudatosság mellett a recepció és a fogyasztás dimenziójában is egyfajta reflektáltság látszik körvonalazódni. Egy olyan híres-hírhedt történetvezetési problematika kapcsolódik a *Dallas*-hoz, melyre az irodalomban ugyan találunk példát,¹² de a televíziós sorozatok több évtizedes történetében példátlanak számít. A „Bobby visszatér” néven emlegetett jelenet különös jelentőséggel bír, hiszen a sorozat egy egész évadnyi története és cselekménye helyeződik egy egészen más létszintre azzal, hogy kiderül: csupán Pamela álmodott harminc részen keresztül (a 8. évadot ezért „*dream season*”-nek is nevezik). A karakter visszatérését kiváltó tényezők mögött elsősorban gazdasági motivációk álltak: a „jófiú” archetipikus szerepét játszó Bobby halálával Jockey, a „megtestesült gonosz” méltó ellenfél nélkül maradt, s így a *Dallas* egyik alapkonfliktusa vált semmissé. A jó és rossz mitikus párharcáért rajongó nézőket megfosztották a legfontosabb jó karaktertől, így azok lassan elpártoltak a sorozattól. A nézőszám növelése érdekében döntöttek úgy a készítő, hogy egy merész húzással felélesztik Bobby-t. Mint később kiderült, az illogikus fordulat gyakorlatilag éppen az ellenkező reakciót váltotta ki a nézőkből, mint amit szerettek volna, mindemellett mégis médiatörténeti pillanatról beszélhetünk. A televíziózás addigi történetében ugyanis először fordult elő, hogy a nézettség növelése és a nézői igények kielégítésének érdekében ilyen drasztikus lépést tettek a készítő. Mindez azt is jelenti, hogy gyakorlatilag a néző, a „fogyasztó”, bár közvetve, de preferenciáinak hangot adva befolyásolta egy televíziós sorozat történetének alakulását. Elmondható tehát, hogy ebben az időszakban nemcsak a televíziós fikciós sorozatforma születését követhetjük nyomon, de formálódni kezd egy tipikusan sorozatnéző, (inter)aktív fogyasztói réteg is, amely egyre inkább saját lehetőségeinek és erejének tudatára ébred. S bár mindez az interaktivitásnak egy viszonylag alacsony, közvetett szintje, mégis jelzi azt a fajta tudatosságot, amely a recepció dimenziójában is kezd

kialakulni. Ien Ang *Dallas*-ról írt kötetében már a második évad kapcsán is számos olyan befogadói véleményt találunk, amelyek a forgatókönyvírók, rendezők professzionalitására, a sorozat megkonstruáltságára reflektálnak (Ang, 1985, 48. o.).

Az európai televíziózásra fókuszálva az amerikai gyártású műsorok átvétele, amely az 1970-es években válik igazán jelentőssé (Bourdon, 2003, 80. o.), az östelevízió és a neotelevízió intézménye közötti átmeneti időszakot jelzi. A változás egyik fontos mozgatórugója lehet a *Dallas*, gyors elterjedésének és az európai közönséget tekintve is kiemelkedő népszerűségnek köszönhetően. Alfu szimbolikusan a „televíziózás földszintjének”¹³ nevezi a sorozatot (Alfu, 2009, 65. o.), kiválóan példázva ezzel jelen tanulmány alapfeltevését is, mely szerint egy médium identitásfejlődésének különböző fázisai és a benne/általa preferált műfajok alakulása szükségszerűen meghatározzák egymást. A televízió jelenleg tárgyalt protomédium szakaszában a *Dallas* kapcsán azt látjuk, hogy a műfajtudat kialakulásához szükséges minden elem „megszületik”. A következőkben arra fókuszálunk, hogy ezek elterjedése illetve intézményesülése hogyan járul hozzá egy önálló, autonóm műfajtudat kialakulásához párhuzamosan a neotelevízió eljövételével.

A Dallas után

A *Dallas* sikerét látva az 1990-es években egyre több (és jobb minőségű) sorozatot kezdtek sugározni a televíziók. Ebben az időszakban születtek olyan meghatározó sikerszériák, mint *A simlis és a szende* (*Moonlighting*), a *Vészhelyzet* (*ER*), az *X-Akták* (*The X-Files*), vagy a kultikus *Twin Peaks*. Ez utóbbiak azért is jelentősek, mert a televíziós csatornák felismerték, hogy a minőségi alkotásokkal, szokatlan és összetett témákkal egy műveltebb, televíziót ritkán néző réteget is a képernyők elé lehet ültetni. (Gripsrud, 2007, 262. o.). Az igazi „sorozat-boom” azonban a 21. század első éveire tehető. A sorozatok számának addig nem tapasztalt, ugrásszerű növekedése több tényező együttes hatásának következménye.

Egyrészt a '90-es évek televíziós közegére jellemző volt, hogy a kritikai szempontból és a nézőszámot tekintve is nagysikerű sorozatokat elsősorban az amerikai televíziós hálózatok sugározták. Hagerdon fentebb idézett gondolatai azonban itt is beigazolódtak: a hálózatos sorozatok kiemelkedő népszerűségét és az ezzel járó anyagi sikereket látva a kábelcsatornák is érdeklődni kezdtek a fikciós szériák iránt, és rájöttek arra, hogy merész, váratlan ötletekkel, komplex karakterekkel továbbá különleges technikai és narratív megoldásokkal maguk is versenybe szállhatnak. Éppen ezért jellemző ma is az amerikai kábelcsatornákra, hogy a nagy költségvetés helyett inkább az eredeti és gyakran kontroverzív alapötletre fektetik a hangsúlyt (pl. a *Dexter* is sugárzó Showtime csatorna). Legelsőként talán az HBO reagált még a '90-es évek végén, amikor olyan szériákat tűzött műsorra, mint a *Szex és New York* (*Sex and The City*), a *Maffiózók* (*The Sopranos*) vagy a halál kérdéskörét addig sosem látott mélységben tematizáló 2001-es drámasorozat, a *Sírhant művek* (*Six Feet Under*). McCabe és Akass szerint, éppen a minőség és a nézettség által biztosított üzleti sikerek kapcsán, a televíziózás ezen időszakára jellemző, hogy „a fogyasztói igények és a nézői elégedettség válik meghatározóvá”, mivel „az emberek azt fogják nézni, amit szeretnének, és már van lehetőségük vá-

lasztani". Ebből kifolyólag „olyan ötleteket kell kitalálni és megvalósítani, amelyeket el lehet adni”¹⁴ (McCabe – Akass, 2007, 5–6. o). Ezt az iparszerű felfogást és a kiélezett piaci versenyt jelzi az is, hogy a legújabb televíziós sorozatokat vagy évadokat eddig sosem látott méretű és intenzitású reklámkampány kíséri.

A fentiekben is említett koncepcióváltás kialakulásában a televíziós technikákat érintő változásoknak is hatalmas szerepe van. A DVD és a digitális felvevő készülékek (és a digitális műsorszórás) korában a néző gyakorlatilag maga döntheti el, hogy egy adott sorozatot mikor és milyen ritmusban szeretne megnézni. Azaz a csatornáknak alapvető érdeke, hogy olyan tartalmakat sugározzanak, amelyek érdemesek az újranézésre, sőt generálják azt. Az internetes fájlcserélő programoknak köszönhetően a rajongók kedvenc sorozatuk legfrissebb részeit már az adásba kerülés után közvetlenül megnézhetik, akár Magyarországon is. Ezen kívül az internet elterjedésével lehetőség nyílt tematikus és rajongói oldalak létrehozására, és ezáltal egy-egy sorozat kapcsán egyfajta „kollektív tudás” megteremtésére is (Mittel, 2008, 39. o.).

A gazdasági és technikai vonatkozásokon túl a sorozatok kiemelkedő sikere a televízió mint médium elismertségében bekövetkezett változásoknak is köszönhető. Egyrészt a '90-es évektől kezdve egyre több elismert és sikeres filmes író, rendező, producer látja meg a televíziós fikciós sorozatokban rejlő potenciált, s működik közre akár egy epizód, akár egy egész sorozat készítésében. Itt említhetjük David Lynch (*Twin Peaks*), Michael Mann (*Miami Vice*), Quentin Tarantino (*Vészhelyzet*, *Alias*) valamint az Oscar-díjas Alan Ball (*Six Feet Under*) és Steven Spielberg (*Columbo*, *United States of Tara*) nevét. Másrészt számos, mozifilmekből ismert színész vállalt és vállal állandó-, mellék- vagy vendégszerepeket (Glenn Close, Martin Sheen), míg mások éppen sorozatszerepeiknek köszönhetően váltak ismertté (George Clooney – *Vészhelyzet*; Johnny Depp – *21 Jump Street*) (Sahali, 2009, 47. o.).

A fentiek alapján elmondható, hogy a fikciós televíziós sorozatok a 21. század elejétől fénykorukat élik, azaz a televízió után magára a médiumra alapvetően jellemző sorozatforma kapcsán is lezajlott egyfajta „öntudatra ébredés” és intézményszerűsülés. A folyamat még pontosabb magyarázatára a „műfaj születésére” vonatkozó elméleteket hívhatjuk segítségül. Yves Reuter a műfajtudat kialakulásának kapcsán azt mondja, hogy annak van egy textuális összetevője: bizonyos formai, tematikai elemek gyakran ismétlődnek, a különböző egyedi alkotásokban megidéződik a műfaj korábbi szövegei (Reuter, 1997, 10. o.).

A sajátos textuális elemek kapcsán érdemes megemlíteni a sorozatformára épülő hagyományos televíziós elbeszélésekben bekövetkezett változásokat, amelyek során az epizodikus és a szerializált szerkesztési formák kreatív összefonódásából kialakult az ún. *narratív komplexitás* (Mittel, 2008, 30. o.). Ez egyrészt gazdasági érdekeket szolgál: általa lehetővé válik az újabb nézők történetfolyamba való bekapcsolódása, másrészt a szerializált elemek a már meglévő közönség számára is kellő izgalmakat nyújtanak. A narratíva komplexitása a befogadás szempontjából is újdonságokat hordoz, hiszen a kettős szerkesztési elv által kialakuló kettős történetvezetés játéka és megkomponáltsága a befogadás egy egészen új dimenzióját hívja elő. Mittel felhívja a figyelmet arra, hogy ezek a komplex elbeszélések

egyfajta formatudatos és metareflexív tévézésre bátorítanak, hiszen a nézők többségét már nem csupán a diegetikus történetmesélés köti le, hanem a „hogyan csinálta?” kérdés is izgalmakat rejteget – azaz a kreatív technikákra, a különleges megoldásokra, a készítőik mesterségbeli tudására való rácsodálkozás ugyanolyan élményeket nyújt, mint maga a történetfolyam. Mittel ezt a befogadói hozzáállást nevezi „operatív esztétikának” (Mittel, 2008, 45. o.). A narratív komplexitás ugyanakkor nem csupán a recepció tekintetében kínál új lehetőségeket, de az írói tevékenység szempontjából is különleges távlatokat nyit: flashback, álom- és fantáziajelenetek (epizódok!), egy-egy cselekmény különböző szempontokból történő bemutatása. S bár nyilvánvaló, hogy ezek a történetmesélési eszközök nem csak erre a komplex elbeszélési módra jellemzőek, a kortárs televíziós fikciós sorozatokban „mégis olyan gyakorisággal használják őket, amitől inkább válnak szabály-lá, mint kivétellé” (Mittel, 2008, 49. o.).

Az autoreferencialitás esetében példaként említhetők az egyes sorozatokban feltűnő, de egy másik sorozatra utaló, parodisztikus jelenetek. A *Simpson család* (*The Simpsons*) egyik 1995-ös részének címe „*Ki lőtte le Mr. Burns-t?*”, amely egyértelmű utalás a már korábban említett „*Ki lőtte le Jockey Ewingot?*” *Dallas*-epizódra. A *South Park* 2007-ben sugárzott *A mérénylet* című része a 24 televíziós sorozat osztott képernyős technikáját parodizálja.

Reuter szerint a textuális, szövegszerű összetevő mellett a műfajtudat kialakulásának társadalmi dimenziója is van: egy autonóm, más műfajoktól független, intézményesült háttérrel rendelkező produkció (írók, rendezők, producerek) és recepció. A produkciós háttér kapcsán lezajló intézményesülést a szériák gyártására szakosodott produkciós irodák, és a kizárólag sorozatokat sugárzó, tematikus televízió csatornák létrejötte mellett jól példázza a 2007-ben Amerikában lezajlott, tizen-négy hetes „író-sztrájk”, amelynek során a forgatókönyvírók szakszervezete (WGA) lépett sztrájkba – és bénított meg több sorozatot (az ezzel járó veszteségekről nem is beszélve).

A recepciót tekintve a változást jelzi a különböző, napjainkban komoly presztízzsel rendelkező, sorozatokat is érintő televíziós díjak megléte (Emmy-díj, Golden Globe), valamint a sorozatokra specializálódott hagyományos lapok és internetes oldalak, blogok, valamint az egyes sorozatokra fókuszáló rajongói oldalak. A befogadói-kritikai háttérhez kapcsolódóan továbbá fontos kiemelni, hogy az elmúlt tíz-tizenöt évben egyre intenzívebb tudományos érdeklődés (médiatudomány, esztétika, szociológia, társadalomtudomány, filmművészet, pszichológia) övezi a televíziós szériákat.

Ugyanitt fontos megemlíteni az elsősorban online rajongói felületekhez és a sorozatnéző szubkultúrához kötődő szakterminológia kialakulását is. Ilyen például a *spoiler* – az adott epizódot már ismerőktől származó, „sorozatélményt elrontó információ” (winnie, 2006) – is, mely kifejezés létrejötte a neotelevízió intézményében az új média kapcsán lezajló változásokat is jelezheti. Az ős-, és az 1990-es évek előtti neotelevízióra jellemző, alapvetően lineáris műsorfolyam kapcsán nem merülhet fel a *spoiler* kifejezés használata – az egyes epizódok az egész ország területén egy időpontban voltak láthatóak. Az új média közegében azonban felbomlanak az időbeli (és térbeli) kötöttségek, a népszerű televíziós sorozatok legújabb

epizódjai a világ bármely pontján elérhetőek – s tartalmuk a világ bármely pontjáról megosztható.

A fentiekben ismertetett változások eredményeképpen az 1990-es évek közepétől napjainkig a neotelevízió egyfajta újraintézményesülése zajlik le, melynek címszavai az interaktivitás és a konvergencia. Mindebben pedig a fikciós sorozatoknak is elementáris szerepe van, hiszen az elmúlt két évtizedben mind a terjesztés, mind a közönség-szerveződés egyre inkább online természete a televízió és az új média egyfajta kezdetleges konvergenciájára utal.

Médiumentitás és műfajtudat

Az előzőekben tehát megpróbáltunk a televíziós fikciós sorozatok kapcsán egy olyan történeti áttekintést adni, melynek legfontosabb aspektusa a műfajtudat és a hordozó médium identitásfejlődése közötti kapcsolat. Arra kerestük a választ, hogy egy már létező, sajátos intézményi háttérrel és társadalmi gyakorlatokkal rendelkező műfaj hogyan találja meg saját működési rendszerét egy új médiumban, illetve hogy az adott médium hogyan használ bizonyos műfajokat, narratív formákat saját mediatisztikus természetének azonosítására és kidomborítására. A tanulmányban felsorakoztatott számos példán keresztül világossá vált, hogy a televízió esetében a sajátos identitás megtalálásának egyes fázisai és az adott szakaszban a médiumot meghatározó különböző tényezők szükségszerűen hatással lesznek az általa használt műfajok evolúciójára. Ez a folyamat azonban, amint azt láttuk, kétirányú: az adott műfaj (esetünkben a televíziós fikciós sorozatok) használatát, megítélését és népszerűségét, formai vagy akár társadalmi vonatkozásait érintő változások a hordozó médium identitását is befolyásolják. Egyértelmű tehát, hogy a médiumentitás és a műfajtudat alakulása nem vizsgálható az egyik vagy a másik tényező nélkül, hiszen ezek között mind a fejlődés dinamikájában, mind annak irányában és minőségében szoros és kölcsönös meghatározottság áll fenn.

JEGYZETEK

A publikáció elkészítését a TÁMOP projekt támogatta. A projekt az Új Magyarország Fejlesztési Terven keresztül az Európai Unió támogatásával, az Európai Regionális Fejlesztési Alap és az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

1. Bobby Ewing (Patrick Duffy) első mondata a sorozatba való visszatérését jelentő enigmatikus zuhany-jelenet során. (Ld.: *Dallas: A múlt fuvallata*).

2. A Discovery Channel műsorai között a Hagerdon által felállított mindkét szerializált elbeszélési formára (*series* és *serial*) találunk példát. Az *Állítólag...*, *Piszkos munkák* Peter Schmeichellel, *A túlélés törvényei* a *series*-forma követelményeinek felelnek meg: állandó szereplőkészlet, ugyanaz a narratív séma, az egyes epizódokban felmerülő problémák az adott rész végén lezáródnak. A *Halálos fogás* viszont a *serial* típusú szerkesztési módot követik: az egyes epizódok láncszemekként kapcsolódnak egymáshoz, jellemző az átvélő történetvezetés: az adott probléma majd csak az évad végén zárul le.

3. Saját fordítás: „*serials tend to dominate as narrative forms within a specific medium when the competition of other media becomes more prominent.*”

4. Gaudreault és Marion modellje egy az Eliséo Verón médiummeghatározásához hasonló médiumfogalmat feltételez. Eszerint a médium „egyrészt technológia [...], másrészt azon társadalmi gyakorlatoknak az összessége, amelyek a technológia előállításához és elsajátításához szükségesek”. (Maksa, 2008, 84. o.)

5. Saját fordítás: „une invention technique ne devient média qu'à partir du moment où elle est appropriée par des usages plus ou moins spécifiques du médium, eux-mêmes susceptibles d'être récupérés par une institution qui les transforme en produits culturels”.

6. A magyar szakterminológiában a média kifejezés a médium többes számú alakjának feleltethető meg.

7. A kifejezések használata, mint majd a későbbiekben látni fogjuk, alapvetően az európai televíziózásra esetében lehet releváns, hiszen az amerikai televízió hagyományosan kereskedelmi alapokra épül (Jenei, 2008, 28. o.).

8. A *Dallas*-t napjainkig hatvanhét nyelvre fordították le és mintegy kilencven országban vetítették – van, ahol több alkalommal is. A sorozathoz számos televíziós rekord is kapcsolódik: a *Who shot J.R.?* (*Ki lötte le Jockey Ewingot?*) című epizódot a világon összesen 360 millióan követték figyelemmel – nem meglepő, hogy a '90-es évek populáris alkotásaiban számos utalást találunk erre a részre.

9. Itt kell megjegyeznünk, hogy az 1974 és 1998 között sugárzott *Derrick* című német sorozat népszerűségét tekintve szintén kiemelkedik a kortárs szériák közül. Ugyanakkor, mint látni fogjuk, a *Dallas* a popularitáson túl jóval összetettebb okok miatt is nélkülözhetetlen eleme a televíziós sorozatok fejlődéstörténetének.

10. Robert J. Thompson, amerikai médiakutató nem csupán a minőségi sorozatok, de a minőségi televíziózás („quality tv”) megjelenését is a *Zsarublues* című sorozattól datálja. (Thompson, 2007, xvii. o.)

11. Cliffhanger: nyitva hagyott befejezés. A *Dallas*-hoz köthető az egyik legismertebb cliffhanger: a 2. évad záró epizódjának utolsó perceiben Jockey Ewingot lelövik, de a merénylőt nem mutatja a kamera. A cliffhanger „megoldását” nyújtó rész a már említett, rekord nézőszámot hozó „*Who Shot J.R.?*” című epizód. Ld.: http://sorozatjunkie.freeblog.hu/archives/2006/04/03/Alapvet_fogalmak_-_Cliffhanger/. Utolsó letöltés: 2010.12.05.

12. A legismertebb példa Arthur Conan Doyle híres detektívkarakteréhez, Sherlock Holmes-hoz köthető. Doyle, a széria lezárásaként, az 1883-as *Az utolsó eset* című regény végén „megöli” Sherlockot. A rajongók nyomására viszont kénytelen „újraéleszteni” hősét egy következő kötetben. Míg Conan Doyle-nak sikerül logikus magyarázatot találnia a főhős pseudo-halálára, addig a *Dallas*-ban a jelen tanulmány szempontjából rendkívül érdekes, viszont kevésbé bravúros technikát alkalmaznak.

13. Vö.: „le célèbre rez-de-chaussé du petit écran”.

14. Saját fordítás: [*The new era*] „was driven by consumer demand and customer satisfaction. [...] *The big lesson from cable is that people will watch what they want because they have choices. [...] now have to create and realise ideas that sell*”.

AUDIO-VIZUÁLIS DOKUMENTUM

Dallas: A múlt fuvallata. [Televíziós sorozat] 222. rész (8. évad), rendezte: Michael Preece, Lorimar Television, 1986. Online elérhető: <http://www.youtube.com/watch?v=VZEMdPP99aE>.

FELHASZNÁLT SZAKIRODALOM

Alfu: *Dallas: Célèbre rez-de-chaussé du petit écran.* Le Rocambole, no46, printemps 2009, 65–78. o.
Ang, Ien: *Watching Dallas – Soap opera and the melodramatic imagination.* London; New York: Methuen, 1985.

Baudou, Jacques: *L'évolution des structures narratives dans les séries américaines.* Le Rocambole, n°46, printemps 2009, 57–64. o.

Bourdon, Jérôme: *La télévision est-elle un média global? Une perspective historique.* In: *Télévision, Mémoire et Identité Nationale*, Paris: L'Harmattan, 2003, 59–93. o.

Compère, Daniel: *Séries et feuilletons à la télévision française.* Le Rocambole, n°46, printemps 2009, 11–18. o.

Gripsrud, Jostein: *Médiakultúra, médiatársadalom.* Budapest: Új Mandátum, 2007.

Jenei Ágnes: *Táguló televízió – Interaktív műsorok és szolgáltatások.* Budapest: PrintXBudavár Rt., 2008.

Jost, François: *Comprendre la télévision.* Párizs: Armand Colin, 2005.

kiricsizoltan: *Mit szólnának a '75-ben a 24-bez?* [Online] 2010.01.25. [www.comment.blog.hu, http://comment.blog.hu/2010/01/25/mit_szolnanak_75_ben_a_24_hez](http://comment.blog.hu/2010/01/25/mit_szolnanak_75_ben_a_24_hez). Utolsó letöltés: 2010.03.02.

Krigler Gábor: Az előző része tartalmából: *Az amerikai sorozatok világa*. Metropolis: Kortárs amerikai sorozatok, 2008, XII. évfolyam, 4. szám, 10–28. o.

Krigler Gábor: *folyt.köv: Hogyan írjunk tévésorozatot*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 2004.

Maksa Gyula: *A médianarratológia mint második generációs médiumelmélet*. In: Havasréti József – Szijártó Zsolt (szerk.): *Reflexió(k) vagy „mélyfürások”? A kultúrakutatás változatai a „kulturális fordulat” után*, Budapest: Gondolat kiadó, 2008, 69–96. o.

McCabe, Janet – Akass, Kim: *Introduction: Debating Quality*. In: McCabe, Janet – Akass, Kim: *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, London: I.B. Tauris, 2007, 1–11. o.

Mittel, Jason: *Narratív komplexitás a kortárs amerikai televíziózásban*. Ford. Hagen Péter. Metropolis: Kortárs amerikai sorozatok, 2008, XII. évfolyam, 4. szám, 30–53. o.

Ndalianis, Angela: *Television and the Neo-Baroque*. In: Hammond, Michael – Mezdon, Lucy (szerk.): *The Contemporary Television Series*, Edinburgh: Edinburgh University Press, 2005, 83–101. o.

Pazsitz: *Komment a Te és a Dallas című íráshoz*. [Online] 2008.09.01. www.sorozatjunkie.hu. <http://www.sorozatjunkie.hu/2008/09/01/te-es-a-dallas/> Utolsó letöltés: 2010.02.28.

Reuter, Yves: *Le roman policier*. Paris: Nathan, 1997.

Sahali, Abdessamed: *Les Séries TV*. Paris: Le Cavalier Bleu, 2009.

Thompson, Robert J.: *Preface*. In: McCabe, Janet – Akass, Kim: *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, London: I.B. Tauris, 2007, xvii–xx. o.

winnie: *Alapvető fogalmak – Spoiler*. [Online] 2006.09.09. www.sorozatjunkie.hu, <http://www.sorozatjunkie.hu/2006/09/09/alapveto-fogalmak-spoiler/> Utolsó letöltés: 2011.01.02.

SZABÓ ORSOLYA

Hercegnő a másik oldalon

LADY DIANA A TABLOIDIZÁCIÓ ÉS A TÁRSADALMI NEMEK
VÁLTOZÁSÁNAK GYÚJTÓPONTJÁBAN

Amikor a brit William herceg és – akkor még – menyasszonya, Catherine „Kate” Middleton márciusban Belfastba látogatott, s széles mosolygás közepette palacsintát dobált a szabadban egy északír kislány kedvéért, az érdeklődők igazán szerencsésnek érezhették magukat. Kate és William ugyanis együtt haladt el a tömeg előtt, nem pedig külön-külön, az út bal, illetve jobb oldalán, így aztán senki sem mulasztotta el a hercegi pár azon tagját, aki miatt a csípős tavaszi szélben az utcán várakozott.

A kétoldali elrendezés ugyanis meglepően komoly konfliktusokat is okozhatott volna; bár meglehet, hogy az – akkoriban közelgő királyi esküvője ellenére is – mérsékelt lelkesedést kiváltó Kate Middleton esetében kevésbé kellett ilyesmitől tartani. Az attraktív, ám egyelőre nem kifejezetten érdekesen viselkedő (azóta Catherine hercegnővé avanszált) Kate-nek ugyan megvan az az előnye, hogy a „köznépből” származik – s így elméletileg izgalmas szereplője lehetne a bulvármédiában játszódó brit királyi szappanoperának –, ám túlzott hisztériát eddig sehol sem váltott ki a jelenléte (illetve annak hiánya). Az esküvői közvetítések alatt – erős túlzással – többször „szegény bányászlánként”¹ is emlegetett huszonkilenc éves művészettörténész folyamatosan jelen van a bulvársajtóban, ám az, hogy há-